

Број: 191/2026
Датум: 26.02.2026.
Београд

ИЗВЕШТАЈ ЗА САВЕТ

**О БРОЈУ НЕПРАВИЛНОСТИ У ВЕЗИ СА ЗАКОНОМ О
ОГЛАШАВАЊУ КОД КОМЕРЦИЈАЛНИХ ТВ ПРУЖАЛАЦА
МЕДИЈСКИХ УСЛУГА (ПМУ) СА ДОЗВОЛОМ ЗА ПРУЖАЊЕ
МЕДИЈСКЕ УСЛУГЕ ЗА ПОДРУЧЈЕ ЦЕЛЕ РЕПУБЛИКЕ И КОД
ЈМУ РАДИО-ТЕЛЕВИЗИЈА СРБИЈЕ (РТС)**

ЈАНУАР 2026.

ТАБЕЛА СА УКУПНИМ БРОЈЕМ УОЧЕНИХ НЕПРАВИЛНОСТИ

| ПМУ | ТВ ПИНК | ТВ Б92 | РТС 1 | РТС 2 | ХЕПИ ТВ | ПРВА |
|---------------------------------|----------------|---------------|--------------|--------------|----------------|-------------|
| ЧЛАНОВИ ЗАКОНА | | | | | | |
| <i>12</i> | 3 | | | | 17 | |
| <i>29.1.1</i> | | 6 | | | | 31 |
| <i>29.1.2</i> | 108 | 2 | | | 4 | 59 |
| <i>32</i> | 3 | 24 | | | 17 | |
| <i>33.4</i> | 26 | 22 | | | | 2 |
| <i>34.1.2</i> | | 1 | | | | |
| <i>35.1</i> | 2 | | | | 1 | |
| <i>35.2</i> | | | 3 | | | |
| <i>37.3</i> | 4 | | | | 21 | |
| <i>46.5</i> | | 1 | | | | |
| <i>65.2</i> | | | | | 2 | |
| <i>65.6</i> | | 28 | | | | |
| <i>66.4</i> | 12 | 7 | | | 20 | 62 |
| Укупно (појединачно) | 158 | 91 | 3 | 0 | 82 | 154 |
| Укупно (сви) | 488 | | | | | |

II НЕПРАВИЛНОСТИ - ПОЈЕДИНАЧНО ПО ПРУЖАОЦИМА МЕДИЈСКИХ УСЛУГА

ТВ ПИНК

Члан 12 [Прикривено оглашавање је забрањено.

Прикривено оглашавање јесте представљање робе, услуге, пословног имена, жига или друге ознаке, односно активности физичког или правног лица које се бави производњом роба или пружањем услуга, са намером да то представљање има сврху оглашавања и да може да доведе јавност у заблуду у погледу његове стварне природе, с тим да се сматра да намера нарочито постоји, ако се обавља уз новчану или другу накнаду.

Приликом оцене да ли постоји прикривено оглашавање нарочито се узима у обзир постојање оправданости представљања робе, услуге, пословног имена, жига или друге ознаке односно активности, односно оправданост њиховог истицања у току програма и то да ли се одређена роба, услуга, жиг или друга ознака, односно активности приказују или помињу у програму на начин који је уређивачки оправдан (нпр. оправданост учесталости приказивања или помињања робе, услуге или ознаке, или постоји фаворизовање одређеног произвођача робе или пружаоца услуге у програму и сл.)]

Уочене су 3 неправилности. Односе се на прикривено оглашавање приликом представљања листа „Скандал“ (*Премијера викенд специјал*). Оглашавање је учињено на прикривен начин, будући да је приказано као информативни садржај, а има и сврху оглашавања те је на тај начин могло да доведе јавност у заблуду у погледу стварне природе садржаја, јер није означено као оглашавање.

Члан 29 став 1 тачка 2 (У програмским садржајима у којима се пласира производ забрањено је:

2) непримерено појављивање производа, услуге или жига који је предмет пласирања, нарочито крупним кадровима производа или истицањем квалитета од стране водитеља, гостију или других учесника програма;)

Уочено је 108 неправилности у програмским садржајима (емисијама) *Ново јутро*, *Амици шоу*, *Пинкове звезде* и *Елита*. Неправилности се односе на непримерено појављивање ознаке производа, робних жигова или услуга различитих оглашивача у сценографији (на неприродан, вештачки изграђен начин који није интегрисан у довољној мери у ток радње емисије).

Уочено непримерено појављивање у вези је са чл. 4 ставови 1 и 2 *Правилника о оглашавању и спонзорству у електронским медијима*:

„Примереност појављивања (приказивање или упућивање) робе, услуге или жига у емисији која садржи пласирање производа оцењује се имајући у виду да ли за начин и обим таквог појављивања постоји уређивачко оправдање.

Приликом оцене постојања уређивачког оправдања из става 1. овог члана нарочито се узимају у обзир природа и циљ емисије, природа робе или услуге која се у њој појављује, као и да ли је појављивање робе, услуге или жига извршено на неприродан (вештачки) начин, тако да роба, услуга или жиг нису у довољној мери интегрисани у ток радње емисије“.

Примери:

Пинкове звезде, 3.01.2026.



Ново јутро, 3.01.2026.



Елита, 3.01.2026.



Члан 32 (ТВ оглашавање и ТВ продаја морају бити лако препознатљиви и јасно и уочљиво звуком, сликом или просторно одвојени од осталих програмских садржаја.)

Уочене су 3 неправилности. Приказано је оглашавање без одјавне шпице. Наведеним поступањем није поштована обавеза о одвојености ТВ оглашавања од осталих програмских садржаја.

Члан 33 став 4 (Ако су испуњени услови из става 3. овог члана, емитовање играног филма, телевизијског филма (изузимајући игране серије и документарне серије) и емисије вести може се прекинути ради емитовања ТВ оглашавања, односно ТВ продаје једном у сваком целокупном делу емисије чије предвиђено трајање износи најмање 30 минута.)

Уочено је 26 неправилности током приказивања вести (*Национални дневник*) и филмова. Неправилности се односе на приказивање оглашавања током делова емисија вести који су трајали краће од 30 минута или је приказано више блокова оглашавања у деловима филмова који су трајали 30 минута.

Члан 35 став 1 (У оквиру једног пуног сата емитованог програма комерцијалних пружалаца медијске услуге, ТВ оглашавање и ТВ продаја не могу заузимати више од 20% времена.)

Уочене су 2 неправилности. Приказано је оглашавање које траје дуже од 12 минута у једном пуном сату емитованог програма.

Члан 37 став 3 (ТВ продаја као посебан програмски садржај не може се емитовати у оквиру друге емисије, већ само између појединих емисија.)

Уочене су 4 неправилности. Односе се на приказивање ТВ продаје као посебног програмског садржаја у оквиру другог програмског садржаја (*Магазин ин*).

Члан 66 став 4 (Спонзорисане медијске услуге или програмски садржаји не смеју непосредно да подстичу куповину или закуп роба или услуга, а нарочито промотивним упућивањем на ту робу или услугу.).

Уочено је 12 неправилности у програмским садржајима *Амиџи шоу*, *Премијера викенд специјал* и *Пинкове звезде*. Односе се на непосредно подстицање навођењем квалитета робе или услуга спонзора.

Наведене неправилности су у супротности са чл. 8 ст. 2 *Правилника о оглашавању и спонзорству у електронским медијима* („Непосредним подстицањем куповине или изнајмљивања робе или услуге спонзора нарочито се сматрају: непосредно позивање на куповину или изнајмљивање робе или услуге; навођење цене, предности, квалитета или ефикасности робе или услуге спонзора или његовог положаја на тржишту; навођење места, адресе на којима, односно броја телефона путем којег се могу купити или закупити роба или услуга; рекламни слоган којим се подстиче куповина или изнајмљивање робе или услуге спонзора“).

ТВ Б92

Члан 29 став 1 тачка 1 (У програмским садржајима у којима се пласира производ забрањено је:

1) непосредно подстицање на куповину, закуп или коришћење робе или услуге која је предмет пласирања;)

Уочено је 6 неправилности у програмским садржајима (емисијама) *У туђој кожи*. Неправилности су у вези са непосредним подстицањем – навођењем квалитета робе компаније Тесла што је у супротности са чл. 3 *Правилника о оглашавању и спонзорству у електронским медијима* („Непосредним подстицањем на куповину, закуп или коришћење робе или услуге која је предмет пласирања нарочито се сматрају: непосредно позивање на куповину или закуп робе или услуге који су предмет пласирања производа;

навођење цене, предности, квалитета или ефикасности робе или услуге или њихов водећи положај на тржишту; навођење места, адресе на којој, односно броја телефона и веб адресе путем којих се може купити или закупити роба или услуга“).

Члан 29 став 1 тачка 2 (У програмским садржајима у којима се пласира производ забрањено је:

2) непримерено појављивање производа, услуге или жига који је предмет пласирања, нарочито крупним кадровима производа или истицањем квалитета од стране водитеља, гостију или других учесника програма;)

Уочене су 2 неправилности у програмским садржајима (емисијама) *У туђој кожи*. Неправилности се односе коришћење крупног кадра производа (Термодом грађевински лепак).

У туђој кожи, 24.01.2026.



Члан 32 (ТВ оглашавање и ТВ продаја морају бити лако препознатљиви и јасно и уочљиво звуком, сликом или просторно одвојени од осталих програмских садржаја.)

Уочене су 24 неправилности у програмским садржајима *Слаткара*. Приказано је необележено оглашавање - без најавне и одјавне шпиге. Наведеним поступањем није поштована обавеза о одвојености ТВ оглашавања од осталих програмских садржаја.

Члан 33 став 4 (Ако су испуњени услови из става 3. овог члана, емитовање играног филма, телевизијског филма (изузимајући игране серије и документарне серије) и емисије вести може се прекинути ради емитовања ТВ оглашавања, односно ТВ продаје једном у сваком целокупном делу емисије чије предвиђено трајање износи најмање 30 минута.)

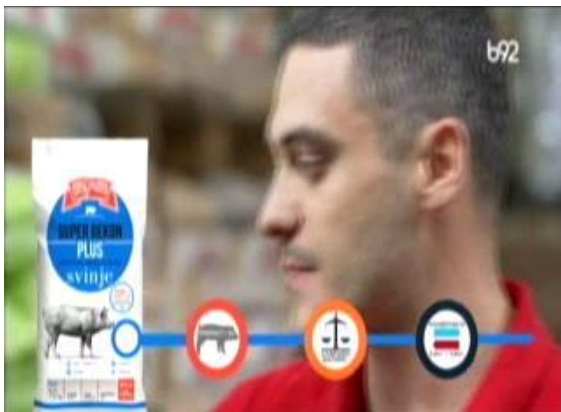
Уочене су 22 неправилности током приказивања емисија вести и филмова. Неправилности се односе на приказивање оглашавања током емисија вести које су трајале краће од 30 минута, као и током емисија вести и филмова чији су делови трајали краће од 30 минута.

Члан 34 став 1 тачка 2 (Оглашавање, односно ТВ продаја могу се емитовати упоредо са емисијом која је у току, односно не прекидајући њен временски континуитет, уз коришћење електронско-графичких или других техничких средстава (нпр. виртуелно оглашавање, подела екрана, натписи на екрану, инсертери и сл.) под следећим условима:

2) ако су звуком, сликом или просторно одвојене од програмског садржаја током чијег трајања се емитују и ако то не омета праћење програмског садржаја.

Уочена је 1 неправилност у програмском садржају *Моје село весело*. Приказано је оглашавање (Супер бекон плус 100 посто) упоредо са емисијом, које звуком, сликом или просторно није одвојено од програмског садржаја током чијег трајања је емитовано.

Моје село весело, 24.01.2026.



Члан 46 став 5 (Изузетно од забране оглашавања из става 1. овог члана, дозвољено је оглашавање алкохолних пића са садржајем алкохола већим од 20% у електронским медијима у термину од 23:00 до 06:00 часова.)

у вези са **чланом 12** Закона о оглашавању [Прикривено оглашавање је забрањено.

Прикривено оглашавање јесте представљање робе, услуге, пословног имена, жига или друге ознаке, односно активности физичког или правног лица које се бави производњом роба или пружањем услуга, са намером да

то представљање има сврху оглашавања и да може да доведе јавност у заблуду у погледу његове стварне природе, с тим да се сматра да намера нарочито постоји, ако се обавља уз новчану или другу накнаду.

Приликом оцене да ли постоји прикривено оглашавање нарочито се узима у обзир постојање оправданости представљања робе, услуге, пословног имена, жига или друге ознаке односно активности, односно оправданост њиховог истицања у току програма и то да ли се одређена роба, услуга, жиг или друга ознака, односно активности приказују или помињу у програму на начин који је уређивачки оправдан (нпр. оправданост учесталости приказивања или помињања робе, услуге или ознаке, или постоји фаворизовање одређеног произвођача робе или пружаоца услуге у програму и сл.).]

Уочена је 1 неправилност у програмском садржају *Моје село весело*. Приликом обиласка продавнице „Радмиловац“ Огледног добра Пољопривредног факултета у Београду приказани су крупни кадрови жестоких алкохолних пића Лозовача и Дуњевача овог произвођача и то ван дозвољеног периода.

Моје село весело, 31.01.2026



Члан 65 став 6 (Медијске услуге или програмске садржаје не могу спонзорисати државни органи и организације и политичке организације.)

Уочено је 28 неправилности у програмским садржајима (емисијама) *Ауто мото шоу* и *Промо* (за емисију *Ауто мото шоу*). Спонзор емисија је државна организација Агенција за безбедност саобраћаја.

Члан 66 став 4 (Спонзорисане медијске услуге или програмски садржаји не смеју непосредно да подстичу куповину или закуп роба или услуга, а нарочито промотивним упућивањем на ту робу или услугу.).

Уочено је 7 неправилности у програмским садржајима *Моје село весело* и *У туђој кожи*. Неправилности се односе на непосредно подстицање навођењем квалитета и предности робе и услуге спонзора Интеркомерц Ник (*Моје село весело*) и квалитета робе спонзора Тесла (*У туђој кожи*).

Уочене неправилности су у супротности са чл. 8 ст. 2 *Правилника о оглашавању и спонзорству у електронским медијима* („Непосредним подстицањем куповине или изнајмљивања робе или услуге спонзора нарочито се сматрају: непосредно позивање на куповину или изнајмљивање робе или услуге; навођење цене, предности, квалитета или ефикасности робе или услуге спонзора или његовог положаја на тржишту; навођење места, адресе на којима, односно броја телефона путем којег се могу купити или закупити роба или услуга; рекламни слоган којим се подстиче куповина или изнајмљивање робе или услуге спонзора“).

РТС 1

Члан 35 став 2 (У оквиру једног пуног сата емитованог програма установе јавног медијског сервиса и пружаоца медијске услуге цивилног сектора, ТВ оглашавање и ТВ продаја не могу заузимати више од 10% времена.)

Уочене су 3 неправилности. Приказано је оглашавање које траје дуже од 6 минута у једном пуном сату емитованог програма.

РТС 2

Нису уочене неправилности.

Национална ХЕПИ ТВ

Члан 12 [Прикривено оглашавање је забрањено.

Прикривено оглашавање јесте представљање робе, услуге, пословног имена, жига или друге ознаке, односно активности физичког или правног лица које се бави производњом роба или пружањем услуга, са намером да то представљање има сврху оглашавања и да може да доведе јавност у заблуду у погледу његове стварне природе, с тим да се сматра да намера нарочито постоји, ако се обавља уз новчану или другу накнаду.

Приликом оцене да ли постоји прикривено оглашавање нарочито се узима у обзир постојање оправданости представљања робе, услуге, пословног имена, жига или друге ознаке односно активности, односно оправданост њиховог истицања у току програма и то да ли се одређена роба, услуга, жиг или друга ознака, односно активности приказују или помињу у програму на начин који је уређивачки оправдан (нпр. оправданост учесталости приказивања или помињања робе, услуге или ознаке, или постоји фаворизовање одређеног произвођача робе или пружаоца услуге у програму и сл.).]

Уочено је 17 неправилности у програмским садржајима *Квиз: Насловна страна*. Оглашавање је учињено на прикривен начин, будући да је најављено као информативни садржај – понуда издавачке куће „Књига комерц“, а има сврху оглашавања (позив на куповину књига овог издавача по промотивној цени) и на тај начин могло је да доведе јавност у заблуду у погледу стварне природе садржаја, јер није означено као оглашавање.

Члан 29 став 1 тачка 2 (У програмским садржајима у којима се пласира производ забрањено је:

2) непримерено појављивање производа, услуге или жига који је предмет пласирања, нарочито крупним кадровима производа или истицањем квалитета од стране водитеља, гостију или других учесника програма;)

Уочене су 4 неправилности у програмским садржајима (емисијама) *Тирилица*. Неправилности се односе на непримерено појављивање ознаке „Смедеревац“ у сценографији на монитору (на неприродан, вештачки изграђен начин који није интегрисан у довољној мери у ток радње

емисије). Уочено непримерено појављивање у вези је са чл. 4 ставови 1 и 2 *Правилника о оглашавању и спонзорству у електронским медијима*:

„Примереност појављивања (приказивање или упућивање) робе, услуге или жига у емисији која садржи пласирање производа оцењује се имајући у виду да ли за начин и обим таквог појављивања постоји уређивачко оправдање.

Приликом оцене постојања уређивачког оправдања из става 1. овог члана нарочито се узимају у обзир природа и циљ емисије, природа робе или услуге која се у њој појављује, као и да ли је појављивање робе, услуге или жига извршено на неприродан (вештачки) начин, тако да роба, услуга или жиг нису у довољној мери интегрисани у ток радње емисије“.

Пример:

Ђурилица, 5.01.2026.



Члан 32 (ТВ оглашавање и ТВ продаја морају бити лако препознатљиви и јасно и уочљиво звуком, сликом или просторно одвојени од осталих програмских садржаја.)

Уочено је 17 неправилности. Приказано је оглашавање без најавне и одјавне шпице (програмски садржај *После ручка*), оглашавање које почиње истовремено са најавном шпицом (програмски садржај *Друга шанса*), оглашавање без најавне шпице (програмски садржај „Радио Хепи“) и оглашавање без одјавне шпице (програмски садржај „Породичне тајне“). Наведеним поступањем није поштована обавеза о одвојености ТВ оглашавања од осталих програмских садржаја.

Члан 35 став 1 (У оквиру једног пуног сата емитованог програма комерцијалних пружалаца медијске услуге, ТВ оглашавање и ТВ продаја не могу заузимати више од 20% времена.)

Уочена је 1 неправилност. Приказано је оглашавање које траје дуже од 12 минута у једном пуном сату емитованог програма.

Члан 37 став 3 (ТВ продаја као посебан програмски садржај не може се емитовати у оквиру друге емисије, већ само између појединих емисија.)

Уочена је 21 неправилност. Односе се на приказивање ТВ продаје као посебног програмског садржаја у оквиру другог програмског садржаја (*Радио Хепи*).

Члан 65 став 2 (Спонзорисани програмски садржај мора бити јасно означен као такав навођењем имена, знака или другог симбола спонзора (нпр. означавањем имена робе или услуге или другог препознатљивог знака спонзора) на почетку и на крају, а може и током програмског садржаја.)

Уочене су 2 неправилности у програмском садржају *Добро јутро, Србијо*. Током приказивања спонзора („Медела“) није приказано обавештење о спонзору.

Члан 66 став 4 (Спонзорисане медијске услуге или програмски садржаји не смеју непосредно да подстичу куповину или закуп роба или услуга, а нарочито промотивним упућивањем на ту робу или услугу.)

Уочено је 20 неправилности. У програмским садржајима *Проводација* неправилности се односе на непосредно подстицање навођењем квалитета робе спонзора („Медела“ штрудлице), а у програмским садржајима *Квиз: Насловна страна* на непосредно подстицање навођењем квалитета и позивањем на куповину робе спонзора (нова издања „Књига комерц“).

Уочене неправилности су у супротности са чл. 8 ст. 2 *Правилника о оглашавању и спонзорству у електронским медијима* („Непосредним подстицањем куповине или изнајмљивања робе или услуге спонзора нарочито се сматрају: непосредно позивање на куповину или изнајмљивање робе или услуге; навођење цене, предности, квалитета или ефикасности робе или услуге спонзора или његовог положаја на тржишту; навођење места, адресе на којима, односно броја телефона путем којег се могу купити или закупити роба или услуга; рекламни слоган којим се подстиче куповина или изнајмљивање робе или услуге спонзора“).

ПРВА

Члан 29 став 1 тачка 1 (У програмским садржајима у којима се пласира производ забрањено је:

1) непосредно подстицање на куповину, закуп или коришћење робе или услуге која је предмет пласирања;)

Уочена је 31 неправилност у програмским садржајима *Квиз: погоди цену тачно*. Неправилности су у вези са непосредним подстицањем навођењем квалитета и ефикасности робе, што је у супротности са чл. 3 *Правилника о оглашавању и спонзорству у електронским медијима* („Непосредним подстицањем на куповину, закуп или коришћење робе или услуге која је предмет пласирања нарочито се сматрају: непосредно позивање на куповину или закуп робе или услуге који су предмет пласирања производа; навођење цене, предности, квалитета или ефикасности робе или услуге или њихов водећи положај на тржишту; навођење места, адресе на којој, односно броја телефона и веб адресе путем којих се може купити или закупити роба или услуга“).

Члан 29 став 1 тачка 2 (У програмским садржајима у којима се пласира производ забрањено је:

2) непримерено појављивање производа, услуге или жига који је предмет пласирања, нарочито крупним кадровима производа или истицањем квалитета од стране водитеља, гостију или других учесника програма;)

Уочено је 59 неправилности.

У програмским садржајима *Јутро* и *Звезде Гранда* неправилности се односе на непримерено појављивање ознаке производа (на неприродан, вештачки изграђен начин који није интегрисан у довољној мери у ток радње емисије).

Уочено непримерено појављивање у вези је са чл. 4 ставови 1 и 2 *Правилника о оглашавању и спонзорству у електронским медијима*:

„Примереност појављивања (приказивање или упућивање) робе, услуге или жига у емисији која садржи пласирање производа оцењује се имајући у виду да ли за начин и обим таквог појављивања постоји уређивачко оправдање.

Приликом оцене постојања уређивачког оправдања из става 1. овог члана нарочито се узимају у обзир природа и циљ емисије, природа робе или услуге која се у њој појављује, као и да ли је појављивање робе, услуге или жига извршено на неприродан (вештачки) начин, тако да роба, услуга или жиг нису у довољној мери интегрисани у ток радње емисије“.

У програмским садржајима *Квиз: Погоди цену тачно* неправилности се односе на коришћење крупних кадрова разних производа.

Примери:

Квиз: Погоди цену тачно, 5.01.2026.

Звезде Гранда, 17.01.2026.



Јутро, 3.01.2026.



Члан 33 став 4 (Ако су испуњени услови из става 3. овог члана, емитовање играног филма, телевизијског филма (изузимајући игране серије и документарне серије) и емисије вести може се прекинути ради емитовања ТВ оглашавања, односно ТВ продаје једном у сваком целокупном делу емисије чије предвиђено трајање износи најмање 30 минута.)

Уочене су 2 неправилности током приказивања вести (*Национални дневник*) и филма. Неправилности се односе на објављивање оглашавања током другог дела емисије вести који је трајао краће од 30 минута и на објављивање два блока оглашавања у другом делу филма чије је трајање износило 30 минута.

Члан 66 став 4 (Спонзорисане медијске услуге или програмски садржаји не смеју непосредно да подстичу куповину или закуп роба или услуга, а нарочито промотивним упућивањем на ту робу или услугу.).

Уочене су 62 неправилности. У програмским садржајима *Игра судбине*, *Промо* и *Јутро* односе се на непосредно подстицање навођењем ефикасности робе спонзора (Биофар). У програмским садржајима *Звезде Гранда* односе се на непосредно подстицање навођењем ефикасности робе спонзора (Линекс).

Наведене неправилности су у супротности са чл. 8 ст. 2 *Правилника о оглашавању и спонзорству у електронским медијима* („Непосредним подстицањем куповине или изнајмљивања робе или услуге спонзора нарочито се сматрају: непосредно позивање на куповину или изнајмљивање робе или услуге; навођење цене, предности, квалитета или ефикасности робе или услуге спонзора или његовог положаја на тржишту; навођење места, адресе на којима, односно броја телефона путем којег се могу купити или закупити роба или услуга; рекламни слоган којим се подстиче куповина или изнајмљивање робе или услуге спонзора“).

Извештај је написан на основу података добијених из софтвера након извршеног надзора и контроле од стране аналитичара и асистената аналитичара. Број неправилности који ће бити судски процесуиран може варирати у зависности од накнадних провера.

Служба за надзор и анализу

Марио Брудар, заменик начелника